

Fallbeispiel

INNOVATIVE „KATALOGFABRIK“

Texas Instruments automatisiert die Katalogerstellung in Europa und führt „Single-Source Publishing“ für Print und Online ein

// Texas Instruments hat vor mehr als 30 Jahren den ersten elektronischen Taschenrechner auf den Markt gebracht. Doch damit die innovativen Produkte des Unternehmens auch zum Kunden gelangen konnten, war damals wie heute ein funktionierendes und modernes Marketing- und Vertriebssystem nötig. Gemeinsam mit der infolox GmbH aus Lindau automatisierte Texas Instruments deshalb die Katalogerstellung in Europa und führte ein „Single-Source Publishing“ für Print und Online ein.

Texas Instruments mit Sitz in Dallas (Texas) bietet innovative DSP- und Analogtechnologien für die Signalverarbeitung. Der Konzern verfügt über Produktionsstätten, Entwicklungsbetriebe und Vertriebsstellen in mehr als 25 Ländern. Neben dem Halbleitergeschäft gehört zum Unternehmen auch der Geschäftsbereich Educational Technology (ET), denn Texas Instruments versteht sich auch als Partner für Schule und Ausbildung. Die Produkte aus dem Bereich Educational Technology werden in Europa in 15 Ländern über den Handel, Distribution und Schulen vertrieben. Jedes Land hat dabei sein eigenes Vertriebs- und Marketingmodell. Für das B2B- und B2C-

Marketing spielen Print- und Online-Kataloge eine wichtige Rolle.

Ende 2006 entschied Texas Instruments ET die bislang aufwändige und zeitraubende manuelle Katalogerstellung für ihre Taschen-

// Full-Service aus einer Hand

rechner zukünftig in Europa zu automatisieren. In diesem Zuge sollte auch die bislang redundante Datenhaltung in zwei getrennten Systemen beseitigt werden. Denn bisher wurden in QuarkXpress die Printdaten und in TYPO3 die Onlinedaten gepflegt. Die angestrebte Automatisierung sollte vor allem die Verwaltung der Kataloge in 14 Sprachen

für insgesamt 15 Märkte vereinheitlichen und so ein „Single-Source Publishing“ für Print und Online gleichzeitig ermöglichen.

Nach einer kurzen, aber intensiven Evaluation von möglichen Dienstleistern für diese Aufgabe, entschied sich Texas Instruments im November 2006 für die „Katalogfabrik“, die Crossmedia-Publishing-Gesamtlösung der infolox GmbH aus Lindau. „Wir wollten nicht nur eine Datenbank oder Software kaufen, sondern ein gesamtes Paket – alles aus einer Hand – und damit unsere Publikationen und Prozesse optimieren. Unser Partner sollte uns auch bei der Verwirklichung unserer ehrgeizigen Ziele im Bereich Marketingkommunikation insgesamt helfen, verlässlich und



INDUSTRIE

CARSTEN FENNER // MARKETING COMMUNICATIONS PROGRAM MANAGER ET
TEXAS INSTRUMENTS DEUTSCHLAND
HAGGERTYSTRASSE 1 // 85350 FREISING
FON 0049 (0)8161 8030-48 // FAX 0049 (0)8161 8030-47
E-MAIL: C-FENNER2@TI.COM // WWW.EDUCATION.TI.COM

„Das Ergebnis gibt uns Recht. infolox überzeugt uns durch Prozess-Kompetenz, Projektmanagement-Kompetenz, schnelle Einarbeitung und Umsetzung. Ohne sauber definiertes Vorgehen und die Full-Service-Unterstützung der infolox GmbH wäre dieses Projekt unter keinen Umständen in so kurzer Zeit zu verwirklichen gewesen.“

dynamisch sein sowie neben der notwendigen Software auch konzeptionelles Know-how und eine crossmediale Lösung von Print bis Online bieten“, betont Carsten Fenner, Marketing Communications Program Manager ET bei Texas Instruments.

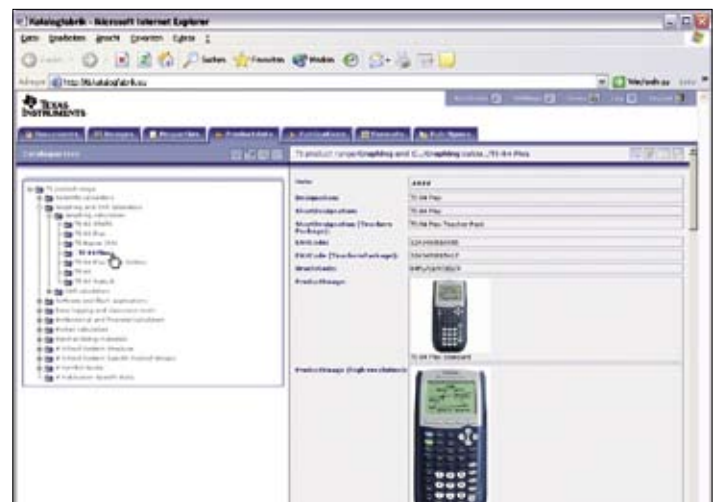
// „Single-Source Publishing“ für Print und Online

Schon im Dezember startete das Team von infolox nach einer Analyse- und Konzeptionsphase mit der Basiskonfiguration des neuen Systems. Anschließend wurden Templates und Prozesse für die automatisierte Erstellung des Katalogs entworfen. Texas Instruments pflegte Produktinformationen wie technische Daten, Marketing-Informationen und Bilddaten direkt in das Produktinformationsmanagement-System (PIM) ein. PIM ermöglicht eine zentrale und medienneutrale Verwaltung von technischen Daten, Bildern und anderen Produktinformationen, die somit effizienter für unterschiedlichste Publikationsformen genutzt werden können.

Bereits 3 Monate später, im Februar 2007, waren alle Print-Kataloge für 15 Märkte in 14 Sprachen bei der Druckerei, der Online-Katalog

// BILD OBEN: PRODUKTKATALOGE MÜSSEN DIE FUNKTIONEN UND VORTEILE AUCH VON KOMPLEXEN PRODUKTEN WIE DEM GRAPHIKRECHNER VOYAGE 200 VON TEXAS INSTRUMENTS TRANSPORTIEREN.

// BILD RECHTS: MIT HILFE DIESER ÜBERSICHTLICHEN UND FREI KONFIGURIERBAREN MASKE DER KATALOGFABRIK PIM KÖNNEN ALLE PRODUKTINFORMATIONEN WIE TECHNISCHE DATEN, MARKETINGTEXTE ODER BILDDATEN GEPFLEGT WERDEN.



KOMMUNIKATION

ALEXANDER PIRCHER // GESCHÄFTSFÜHRER

INFOLOX GMBH

BREGENZER STRASSE 101 // 88131 LINDAU

FON 0049 (0)8382 275894-3 // FAX 0049 (0)8382 275894-9

E-MAIL: ALEXANDER.PIRCHER@INFOLOX.DE // WWW.INFOLOX.DE // WWW.KATALOGFABRIK.DE

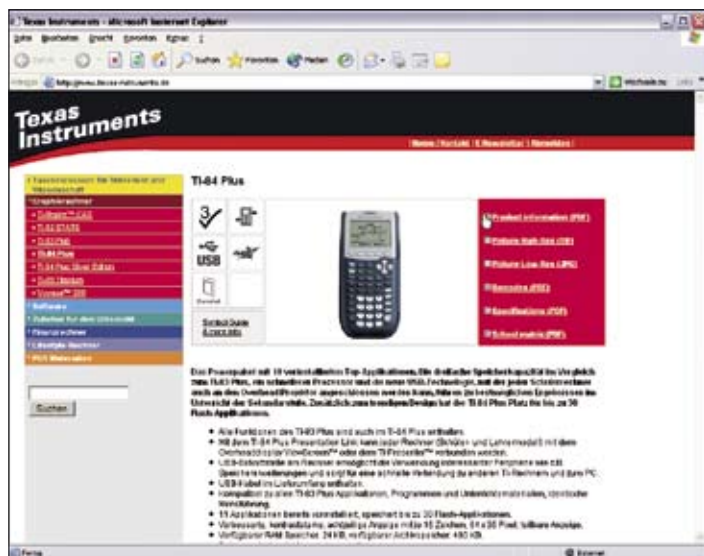
„Unsere Kunden bewerten uns nicht nur über unsere Softwarequalität, sondern primär über den Output, den unsere Katalogfabrik bietet. Das Ziel bei einem solchen Projekt muss sein, mit effizienten Prozessen den besten Print- und Online-Katalog der jeweiligen Branche herzustellen. Wir sind sehr stolz darauf, dass uns das immer wieder gelingt, wie die guten Platzierungen der Kataloge unserer Kunden im jährlichen Katalog-Benchmark beweisen.“

in TYPO3 in 14 Sprachen live und der CD-ROM-Katalog produziert. Der Export aus der Katalogfabrik ermöglicht nun eine Vorschau auf die Publikation in WORD oder HTML und kann nach Prüfung der Inhalte direkt als Printversion in z.B. Adobe InDesign bzw. Onlineversion in z. B. TYPO3 erfolgen. Der stark vereinfachte Prozess ermöglicht die schnelle Erstellung von Änderungs-PDFs für alle Märkte vollautomatisch aus dem PIM. Korrekturen und

Aktualisierungen sind nun einfach zu pflegen und abzugleichen. Die Erzeugung der Barcodes aus der jeweiligen Artikelnummer und die Integration in die Kataloge erfolgt nun ebenfalls vollautomatisch.

Das Besondere an diesem Projekt war – neben der Zusammenführung bzw. Bereinigung historisch gewachsener Marktspezifika in den Katalogen – die Realisierung unter einem hohen Zeitdruck parallel zur Einführung einer neuen Produkt-Generation. „Wir standen unter einem enormen Druck. Aber dank einer stets zielorientierten und offenen Kommunikation mit den Verantwortlichen bei Texas Instruments, die eine sehr partnerschaftliche und produktive Zusammenarbeit möglich machte, haben wir diese Aufgabe in nur drei Monaten erfolgreich gemeistert“, so Alexander Pircher, Geschäftsführer der infolox GmbH.

// In nur 3 Monaten zum Erfolg



Texas Instruments besitzt mit dem neuen System von infolox nun seine eigene „Katalogfabrik“. Durch die zentrale Datenhaltung der Produktinformationen in einem Produktinformationsmanagement-System, kurz PIM, sind nun qualitätsgesicherte, konsistente Daten in Print- und Online-Publikationen sichergestellt. Ein weiterer Vorteil der neuen Lösung ist die starke Vereinfachung der Datenerhebung zur Aktualisierung der Daten für neue Katalogauflagen. Das reduziert den Aufwand bei der Erstellung der Katalog-Varianten für unterschiedliche Medien und Märkte erheblich.



„Das Resultat kann sich sehen lassen: Wir haben mit infolox die TI Katalogfabrik in nur drei Monaten realisiert. Damit haben wir ein Tool zur Hand, das uns einen innovativen Marketing-Service ermöglicht. Wir erhoffen uns davon einen Wettbewerbsvorteil, da wir eine hohe Zeit und Kostenersparnis und gleichzeitig genauere und qualitativ hochwertigere Informationen bereitstellen können – und das in allen Sprachen unserer Zielgruppe in zwei Medien – Print und Online – gleichzeitig. Denn für uns ist das Web das optimale Medium für viele unserer zukünftigen Marketing-Kampagnen“, betont Carsten Fenner von Texas Instruments. (ro)

// BILD LINKS OBEN: ÄNDERN SICH PRODUKTDATEN IM PIM, IST DER ONLINEKATALOG FÜR HÄNDLER IN TYPO3 PER KNOPFDROCK VOLLAUTOMATISCH AKTUALISIERBAR.

// DIE DRUCKVORLAGE FÜR DEN PRINTKATALOG IN 14 VERSCHIEDENEN SPRACHEN WIRD AUS DEM PIM AUTOMATISCH ERSTELLT.